

**Свинчук А. А.,**

аспірант, асистент кафедри менеджменту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

**Svynchuk Anastasiia,**

postgraduate, assistant at the Department of Management, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

**ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ  
СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ  
В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ  
ЇХ ВИРІШЕННЯ**

**PROBLEMS OF DEVELOPMENT  
OF SOCIAL ENTERPRISES  
IN UKRAINE AND WAYS OF  
THEIR SOLUTION**

**Анотація.** Висвітлено основні проблеми створення і розвитку соціальних підприємств в Україні та визначено шляхи їх вирішення.

**Ключові слова:** соціальне підприємство, податки, підприємницький досвід

**Summary.** The thesis contains the main problem of creating and developing social enterprises in Ukraine and ways of their solution

**Key words:** social enterprise, taxes, business experience

На сьогоднішній день соціальне підприємство є одним із дієвих механізмів вирішення соціальних та економічних проблем суспільства. Підтвердженням цього є активний розвиток соціального підприємництва у європейських країнах (Великобританія, Німеччина, Польща), а також у США, Канаді та інших розвинених країнах. Щодо України, то темпи створення і розвитку соціальних підприємств у нашій державі є нижчими від згаданих країн [1], що спричинено рядом перепон, що виникають як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі їх функціонування.

Аналіз практики діяльності, а також результати анкетного опитування українських соціальних підприємств дає змогу виокремити основні проблеми з якими вони стикаються, а саме:

1) низька підтримка з боку держави — значна частина соціальних підприємців в Україні вважають, що держава у недостатній мірі займається питанням їх розвитку, оскільки на сьогоднішній день відсутні нормативно-правові акти, які б визначали поняття «соціального підприємства» чи надавали їм певні пільги, субсидії, дотації тощо. Окрім цього не створені спеціальні державні органи, які б займалися питаннями, що пов'язані з діяльністю соціальних підприємств, а також не визначено серед існуючих державних органів ті, до компетенції яких би належало вирішення зазначених питань. Разом з тим жодна державна програма чи стратегія не передбачає розробку і впровадження заходів щодо активізації соціального підприємництва в Україні;

2) низький рівень обізнаності громадськості щодо того, що таке «соціальне підприємство» — незважаючи на те, що останні 10—15 років різноманітні закордонні фонди намагаються популяризувати ідею соціального підприємництва в Україні [2], населення нашої країни ще й досі мало обізнане щодо суті, принципів діяльності соціальних підприємств і їх позитивного ефекту на суспільство в цілому;

3) високі податки та висока вартість залучення кредитів — значна частина соціальних підприємців зазначають, що існуючі податкові ставки є високими, а також що діюча система фінансової звітності є надто складною для них. Окрім цього більшість українських банків не зацікавлені у пільговому фінансуванні соціальних підприємств, а існуючі процентні ставки по кредитах, а також підвищені фінансові ризики їх діяльності обмежують можливість отримання банківських кредитів соціальними підприємствами;

4) відсутність підприємницького досвіду — на сьогоднішній день більшість соціальних підприємств створюється людьми, які не мають бізнес-досвіду, що в свою чергу призводить до проблем у визначенні тенденцій ринку, потреб споживачів і вчасному реагуванні на них;

5) низька кваліфікація працівників — основна частина працівників соціальних підприємств — це люди з фізичними чи психічними вадами, що впливає на якість наданих послуг чи вироблених товарів, на якість реалізації управлінських рішень тощо.

З метою подолання цих проблем чи принаймні зменшення їх негативного впливу доцільно розробити програму підтримки розвитку соціальних підприємств в Україні і покласти відповідальність за її реалізацію на державні органи влади у сфері малого підприємництва. Окрім цього запровадити державні гранти для таких підприємств. Альтернативою банківським кредитам як джерела фінансування соціальних підприємств можуть стати кошти надані корпораціями в рамках політики соціальної відповідальності. В її ж рамках корпорації та інші бізнес-організації також могли б надавати безкоштовні курси підвищення кваліфікації для працівників соціальних підприємств чи проводити безкоштовні бізнес-консультації для соціальних підприємців. Звичайно, що все це можливо лише після того, як основна частина українського суспільства буде обізнана щодо діяльності соціальних підприємств, а задля цього існуючим успішним соціальним підприємствам в Україні потрібно висвітлювати результати своєї діяльності на власних веб-сайтах, у ЗМІ та соціальних мережах. Отже, очевидним є той факт, що вирішення зазначених проблем потребує систематичних і комплексних заходів як з боку держави, так і з боку бізнесу, громадськості та й самих соціальних підприємців.

## Література

1. Свинчук А. А. Міжнародний досвід розвитку соціальних підприємств: уроки для України // Стратегія економічного розвитку України. — № 34. — 2014. — С. 25—32.

2. Social Enterprise: A New Model for Poverty Reduction and Employment Generation /Carlo Borzaga, Giulia Galera and Rosno Nogales [Електронний ресурс] — UNDP Regional Bureau For Europe and the Commonwealth of Independent States — 2008. — Режим доступу: [http://www.emes.net/uploads/media/11.08\\_EMES\\_UNDP\\_publication.pdf](http://www.emes.net/uploads/media/11.08_EMES_UNDP_publication.pdf)

УДК: 330.123

e-mail: tyschenkooo@ukr.net

**Тищенко Олександр  
Олександрович,**  
аспірант кафедри стратегії  
підприємств ДВНЗ «КНЕУ  
імені Вадима Гетьмана»

**Tyshchenko Oleksandr,**  
Ph.D. student of Kyiv National  
Economic University named  
after Vadym Hetman

### ОЦІНЮВАННЯ КЛІЄНТСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

### EVALUATION OF ENTERPRISE'S CLIENT CAPITAL

**Анотація:** Розглянуто методи-  
ки оцінювання клієнтського  
капіталу та проаналізовано їх  
за наявністю необхідної інфо-  
рмаційної бази та ефективним  
виходом для прийняття управ-  
лінських рішень. Запропонова-  
но авторський комплекс ін-  
струментів для оцінки клієнт-  
ського капіталу підприємства.

**Ключові слова:** Інтелектуаль-  
ний капітал, клієнтський капі-  
тал, методики оцінювання, ін-  
струменти оцінки.

**Summary:** The methods of  
evaluation of client capital are  
considered and they are ana-  
lyzed by the conditions of pres-  
ence of necessary informative  
base and effective output for ac-  
ceptance of management deci-  
sions. The author complex of in-  
struments is offered for the  
evaluation of enterprise's client  
capital.

**Key words:** Intellectual capital,  
client capital, methods of  
evaluation, assessment tools.

В умовах актуалізації особливої уваги на нематеріальну скла-  
дову розвитку сучасних підприємств, зростає необхідність прак-  
тичного оцінювання їх окремих компонентів для подальшого  
управлінського впливу на формування та розвиток. Визначальну  
роль у дії інтелектуальних активів займає клієнтський капітал,  
оцінювання якого дозволяє розробити комплексну систему  
управлінських рішень для його ефективного подальшого форму-  
вання та результативного впливу на розвиток підприємств.